



Política e representação nas redes sociais: um estudo sobre práticas eleitorais digitais¹

Saulo Vinicius Souza BARBOSA²

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

Resumo

Este paper analisa as práticas eleitorais digitais de políticos profissionais em Sergipe. Os políticos profissionais, em sua grande maioria, compõem a elite política online sergipana, isto é, o grupo de candidatos que possuem mais de 10 mil seguidores no Facebook ou no Instagram. Seu objetivo é compreender como esse grupo mobilizou as redes sociais em suas campanhas e em que medida isso produziu transformações nas suas práticas eleitorais. O paper investiga, assim, a seguinte problemática: como os políticos profissionais mobilizam essas ferramentas em suas campanhas? O que delas fazem aqueles que mais concentram a visibilidade online? Com isso, buscou-se entender como a carreira na política profissional se reflete no uso que os candidatos fazem das redes. O trabalho se baseia na observação direta e na análise qualitativa de publicações feitas no Facebook e no Instagram, durante as eleições de 2018, por quatro candidatos eleitos para o cargo de deputado estadual. A análise das postagens revelou que as redes foram utilizadas na construção de um vínculo de identidade entre a candidatura e seu eleitorado, o que já era uma estratégia eleitoral antes do advento da internet. Além disso, constatou-se que o uso das redes ocorreu de forma integrada com práticas eleitorais offline (carreatas, comícios, passeatas, etc.). Tudo isso indica que a incorporação das mídias digitais pela esfera política não provoca uma transformação radical de suas práticas, mas se dá através de uma lógica própria dessa ordem de atividades.

Palavras-chave: Redes Sociais; Eleições (Brasil, 2018); Representação.

Introdução

Este *paper* analisa as *práticas eleitorais digitais* dos políticos profissionais em Sergipe, tomando como referência as eleições de 2018 para deputado estadual. Os políticos profissionais, em sua grande maioria, compõem a *elite política online* sergipana, isto é, o grupo de candidatos que possuem mais de 10 mil seguidores no Facebook ou no Instagram (BARBOSA, 2019). São, portanto, detentores de um importante recurso eleitoral: a *visibilidade online*. Este artigo investiga, então, a

¹Trabalho apresentado no GT 02 – Dinâmicas de poder e práticas políticas – do III Seminário Nacional de Sociologia, realizado de forma remota de 08 a 16 de outubro de 2020.

² Doutorando em Sociologia (PPGS/UFS). Pesquisador no Laboratório de Estudos do Poder e da Política (LEPP/UFS). E-mail: saulo.vinicius93@gmail.com



seguinte problemática: *como os políticos profissionais mobilizam essas ferramentas em suas campanhas?* O que delas fazem aqueles que mais concentram a visibilidade online? Com isso, buscou-se entender como a carreira na política profissional se reflete no uso que os candidatos fazem das redes.

O trabalho argumenta que, durante o período eleitoral, as redes sociais dos políticos profissionais foram mobilizadas na construção um vínculo de identidade entre a candidatura e o eleitorado. Nesse sentido, *os candidatos buscaram fazer-se visto como representantes daqueles que eles dizem e almejam representar*. Argumenta-se, ainda, que essa construção da representação feita nas redes sociais não acontece em ruptura com as práticas políticas offline. Mas, em um processo que se desenrola “nas ruas e nas redes sociais”³, isto é, integrando atividades do mundo físico (carreatas, adesivações, comícios, reuniões) e do mundo digital (postagens, *lives*, *twittações*).

Esses dois argumentos se baseiam em uma análise qualitativa do conteúdo das postagens feitas nas páginas do Facebook e do Instagram de quatro vitoriosos candidatos a deputado estadual em 2018. São eles: Iran Barbosa, do PT; Maria Mendonça, do PSDB; Kitty Lima, da REDE; e Maísa Mitidieri, do PSD⁴. Esses quatro casos foram escolhidos tendo em vistas a problemática que norteia o artigo, isto é, a relação existente entre a carreira política e a construção da representação nas redes sociais. Assim, a escolha levou em conta, em primeiro lugar, o tipo de representação que suas candidaturas elaboram⁵ e, em segundo lugar, o tempo que atuam na política profissional.

Iran Barbosa e Kitty Lima são candidatos ligados a representação de uma causa. O primeiro, tendo ingressado na política a partir da luta sindical e, posteriormente em um partido de esquerda, o PT, o único no qual atuou até hoje. Iran busca representar-se como candidato do “trabalhador” e das “minorias”. Kitty Lima foi eleita vereadora em decorrência de seus trabalhos em prol da “causa animal” na ONG *Anjos*, que ela fundou em 2013. No que se refere ao tempo de atuação na política, Iran é mais experiente que Kitty: ele acumula quatro mandatos, incluindo um de deputado federal. Em 2018, possuía uma cadeira na câmara de

³ Declaração do então candidato Iran Barbosa no lançamento de sua campanha.

⁴ O quantitativo de seguidores no Facebook e no Instagram de cada um deles está expresso na Tabela 1.

⁵ Os tipos utilizados para classificar as candidaturas aqui em tela foram elaborados tendo por referência o estudo de Kuscinir (1999: 17-32) sobre “campanhas e candidaturas” de vereadores no Rio de Janeiro da década de 1990.



vereadores de Aracaju e conseguiu seu primeiro mandato na ALESE. Ela foi eleita vereadora na capital em 2016, seu primeiro mandato. Conquistou, em 2018, o segundo.

Maria Mendonça, por outro lado, é uma candidata “regional”: está comprometida com a representação de uma região específica do estado na assembleia – a saber o agreste sergipano⁶. Filha de uma liderança política itabaianense, Maria Mendonça fora prefeita e de Itabaiana, sua principal base eleitoral, e cinco vezes deputada estadual. Em 2018, disputou e conquistou seu sexto mandato na ALESE.

A quarta candidata a compor a seleção de perfis analisados neste artigo parecer ser, a princípio, uma exceção em relação a seus pares aqui considerados. Enquanto todos eles já eram políticos profissionais antes das eleições, isto é, tinham suas vidas dedicadas integralmente a atividade política, Maísa Mitidieri concorria a sua primeira candidatura. Sua biografia, até 2018, aparentemente não se vincula ao mundo político: nunca tinha disputado uma eleição, não ocupou postos na administração pública, nem possuía uma carreira como militante. Contudo, Maísa Mitidieri é herdeira política de seu pai, o médico Luiz Mitidieri, que ocupou por seis vezes uma cadeira na assembleia estadual e foi deputado constituinte na elaboração da Constituição Estadual de Sergipe, em 1991. Além disso, teve como “cabo eleitoral” seu irmão, o deputado federal Fábio Mitidieri. Maísa, portanto, nasce “profissional” na política na medida que sua candidatura representa a continuação de um “ofício de família” e está baseada nessa notoriedade política familiar.

O trabalho quer mostrar que, a despeito das diferentes “retóricas” de campanha, as redes sociais são utilizadas a partir de um conjunto de práticas oriundas do mundo da representação política profissional. Neste sentido, o que os candidatos a deputado estadual eleitos em Sergipe fizeram em suas redes sociais é muito semelhante àquilo que Karina Kuschnir (1999) observou em seu estudo sobre as estratégias de campanha dos vereadores eleitos no Rio de Janeiro dos anos 1990: a construção um vínculo de identidade entre a candidatura e o eleitorado.

⁶ Em termos geográficos, os municípios que compõe a base eleitoral de Maria Mendonça estão situados no agreste, mas também na parte sul do sertão sergipano. Este trabalho chama de “agreste”, por economia de linguagem, a região de Itabaiana, principal base eleitoral da candidata, e adjacências.



Iran Barbosa: dar “continuidade a defesa da classe trabalhadora, dos excluídos e dos oprimidos da sociedade”

Iran Barbosa faz sua primeira postagem de campanha nas redes sociais já no dia 16 de agosto de 2018. Trata-se de um pequeno vídeo no qual o candidato anuncia o início oficial de sua campanha a deputado estadual, que terá lugar “nas ruas e nas redes sociais” e será norteadada pelo diálogo de Iran Barbosa “com os trabalhadores e com o povo”. No vídeo Iran aparece vestido em uma camisa polo vermelha – cor de seu partido, o PT. É essa mesma cor e essa mesma camisa que irão acompanhar o então vereador por Aracaju em sua “luta” pela vaga na ALESE. Daí até o fim da campanha, o perfil de candidato irá apresentar um intenso uso das redes sociais, chegando a postar até nove vezes em um mesmo dia. Dos quatro candidatos considerados, Iran é o mais ativo nas redes.

Em seu slogan de campanha, Iran Barbosa diz que sua candidatura “é de luta e lhe representa”. Suas redes sociais são utilizadas, então, para mostrar que sua candidatura consiste na representação da “classe trabalhadora, dos excluídos e dos oprimidos da sociedade” e a luta referida no slogan é a “defesa” desses setores⁷. Para construir essa imagem, o candidato usa suas redes sociais para fazer publicações relativas à sua trajetória na política, as declarações de apoio de aliados políticos, seus feitos enquanto parlamentar e seus atos de campanha – são esses os quatro tipos principais de postagens feitas pelo petista.

A primeira categoria de post é aquela relativa à trajetória de Iran Barbosa enquanto político e sindicalista. Isso já aparece na “bio”⁸ do candidato: “Professor, ex-Deputado Federal, Vereador por Aracaju e candidato a Deputado Estadual. Dirigiu o SINTESE, a CNTE e a CUT-SE”. Com isso, Iran exalta e publiciza não somente sua experiência parlamentar, mas também celebra sua trajetória de sindicalista, iniciada no SINTESE. Afinal, não se trata de apresentar-se meramente como um político experiente, mas como um político “comprometido” com a luta “pelos direitos do povo” – por isso, a atuação nos sindicatos aparece bem ao lado dos cargos parlamentares já ocupados.

⁷ Declaração da presidente SINTESE, prof.^a Ivonete Cruz, sobre a candidatura de Iran Barbosa postada nas redes sociais do candidato. Fonte: @iranbarbosaoficial

⁸ Seção do perfil ou página de uma rede social na qual se apresenta uma biografia resumida.



É importante notar, ainda, que, antes de tudo isso, o candidato se apresenta como professor. A docência, aliás, também foi a principal ocupação declarada por Iran Barbosa ao TSE⁹, embora há muito ele esteja afastado das salas de aula em decorrência de suas atividades sindicais e parlamentares. Não devemos, todavia, tomar informação como falsa: o que está em jogo aqui é o uso da profissão como um recurso legitimador de uma candidatura (CORADINI, 2001). Um professor, conforme o sindicato no qual Iran iniciou sua militância¹⁰ e até hoje está vinculado, é um trabalhador da educação. Trata-se, assim, de mostrar-se como um trabalhador que já representou, representa (enquanto vereador por Aracaju) e irá continuar representando (quando eleito deputado estadual) tantos outros trabalhadores e, desse modo, lutar pelos seus direitos.

Como fazem os demais candidatos, Iran também usa as redes para celebrar suas alianças. Essa publicização do apoio recebido de lideranças políticas a sua candidatura está a serviço da construção de sua representatividade enquanto candidato da “classe trabalhadora, dos excluídos e dos oprimidos”. Como dito, esse é um dos quatro tipos de postagem mais frequentes nas redes desse candidato e seguem o modelo do exemplo abaixo (FIGURA 1).

Assim, as declarações de apoio enfatizam a “história” ou “trajetória” de Iran na “luta” em pelos “direitos do povo”, dos “trabalhadores”, dos “negros” e da “juventude”; “em defesa da cultura”, da “diversidade” de gênero e dos “direitos humanos” – pautas que ele “sempre defendeu como parlamentar” de forma “implacável”. Votar em Iran, conforme seus apoiadores, é “garantir” a continuidade dessas “lutas” e dar “voz aos trabalhadores e minorias” na ALESE.

Por outro lado, não é somente pelo *o que é dito* que Iran Barbosa constrói sua representatividade, mas também pela *seleção daqueles que dizem*. Entre os autores dessas declarações postadas em suas redes figuram quase que exclusivamente sindicalistas de diversas categorias profissionais, predominando os professores, e ativistas de movimentos sociais dos LGBT, dos negros, das mulheres e da juventude. Desse modo, o candidato publiciza uma rede de apoio entre aqueles que ele diz representar, contribuindo para corroborar a legitimidade de sua representação.

⁹ “Professor de ensino fundamental”, conforme consta em sua ficha de candidatura disponível no TSE.

¹⁰ Sindicato dos Trabalhadores em Educação Básica do Estado de Sergipe, o SINTESE.



Figura 1- Declaração de apoio à candidatura de Iran Barbosa.



Fonte: @iranbarbosaoficial

A serviço dessa construção também estão os posts que tem por objeto o que “Iran fez por Sergipe”. Suas ações enquanto parlamentar são publicadas visando assegurar àqueles que Iran quer e diz representar que o “compromisso com o povo” não é mero artifício retórico eleitoral, mas fatos que justificam sua condução à ALESE. O candidato petista usa as redes para prestar conta de suas ações parlamentares, seja em seus mandatos anteriores, seja no seu mandato atual: registra-se o quantitativos de emendas propostas; recursos obtidos para os municípios e suas respectivas destinações (FIGURA 2); indicações e posicionamentos tomados em questões de impacto no sociedade; e sessões especiais propostas pelo candidato para discutir, nas “casas parlamentares”, os interesses de seus representados. Para produzir a veracidade de suas ações aos olhos de seu eleitor, Iran frequentemente posta recortes de jornais locais que noticiam sua atuação parlamentar. Desse modo, ele comunica a seus eleitores que sua “história” e ações são de conhecimento público, noticiada amplamente pela mídia. É como se ele dissesse “não sou apenas eu quem digo que vos representas, mas os jornais reconhecem e noticiam essa representação”.



Figura 2- Recursos destinados aos municípios sergipanos por Iran.



Fonte: @iranbarbosaoficial

Por fim, Iran Barbosa se serve das redes sociais para divulgar seus atos da campanha. Quanto a isso, convém lembrar que a campanha desse candidato foi apresentada como um diálogo “nas ruas e nas redes sociais (...) com os trabalhadores e com o povo” – uma divisa que de fato conduz o desenrolar da campanha na medida em que contribui para a construção de sua representatividade. Isso significa, portanto, apresentar-se como um candidato “do povo” que faz sua campanha “entre o povo”.

Figura 3 - Adesivação em semáforo de Aracaju.



Fonte: @iranbarbosaoficial

É simbólico quanto a isso a inexistência de postagens de carreatas organizadas por Iran Barbosa, afinal o carro é símbolo dos que possuem maior



poder aquisitivo, não dos trabalhadores¹¹. A campanha é feita a pé, em adesivações e panfletagens em semáforos da capital, junto a “companheirada” que, vestida em vermelho e branco, coloca “sua energia na campanha do 13900”(FIGURA 3); em reuniões com sindicatos e movimentos sociais; em “rodas de conversa” com associações sociais ou de trabalhadores no interior do estado, nas quais é significativo que o candidato tome lugar ao lado dos eleitores, sentando na mesma cadeira que eles, colocando-se não a frente de seus eleitores, como nos tradicionais comícios, mas ao seu lado (FIGURA 4).

Figura 4 - "Roda de conversa" em associação de trabalhadores no interior.



Fonte: @iranbarbosaoficial

Maísa Mitidieri: “fazer política como meu pai sempre fez”

As postagens de Maísa Mitidieri no período eleitoral se dividem entre três tipos principais: a publicização de sua condição de herdeira política da família Mitidieri; a celebração de suas alianças, em nível estadual e municipal; e a divulgação de seus atos de campanha. A candidata inicia sua campanha nas redes sociais no dia 17 de agosto de 2018, um dia após o início oficial do período de campanha estipulado pelo TSE. A partir daqui o perfil da candidata passa a postar conteúdos pelo menos uma vez por dia em seus perfis.

Seu primeiro post consiste em um tradicional “santinho”: uma foto produzida da candidata sorrindo, vestida em uma camisa polo azul, cor oficial de seu partido, o PSD, juntamente com o número de sua candidatura (55555). O santinho traz ainda a

¹¹ O que não quer dizer que elas não tenham ocorrido, mas somente que isso não foi publicado nas redes – fato esse que é, como argumentou-se, dotado de significação.



divisa de sua campanha: “compromisso que se renova”, além de um selo no qual pode-se ler, em letras garrafas, a frase “FICHA LIMPA DE VERDADE!”.

O compromisso referido no santinho e que a candidata quer renovar é o do mandato parlamentar de seu pai, o então deputado estadual e médico Luiz Mitidieri. Após 24 anos ocupando uma cadeira na ALESE e tendo sido deputado constituinte da Constituição Estadual de 1991 (ALESE, 2019a), Luiz Mitidieri encerra suas atividades parlamentares. Mas não sem garantir a perpetuação de seu legado na política estadual através de seus filhos. Maísa é a segunda filha de Mitidieri a disputar um cargo eletivo. Em 2014, seu filho Fábio Mitidieri foi eleito deputado federal pelo PSD e em 2018 disputava a recondução ao cargo. A candidatura de Maísa Mitidieri é, então, construída sob renovação e continuação do mandato do pai, o qual ela irá “herdar” ao fim do pleito.

É por isso que a “família” será um tema recorrente de suas postagens no período de campanha. Este é o foco da construção de imagem de representante de Maísa Mitidieri. Nesse sentido, as “fotos de família” são bem específicas: referem-se ao seu pai e seu irmão, ao lado de quem Maísa posa ao lado. Aliás, a campanha de Maísa é “casada” com a de seu irmão Fábio Mitidieri, com quem ela compartilha até o número na urna (55555 e 5555).

Figura 5 - Maísa Mitidieri e seu pai, Luiz Mitidieri.



Fonte: @depmaisamitidieri

O post de 21 de agosto (FIGURA 5) sintetiza muito bem esse aspecto do uso eleitoral que a candidata faz de seu Instagram. Na foto Maísa Mitidieri recebe um beijo, na cabeça, de seu pai. Ao lado deles a declaração de que a candidata se apresenta para “renovar o compromisso de fazer política como meu pai sempre fez”.



A composição da imagem é imensamente significativa: é como se o beijo paternal transmitisse, além de afeto, o mandato.

Como este, muitos outros posts trazem a candidata ao lado de seu pai e irmão, pessoas a que ela muito ama e com os quais ela aprende sobre “como é ter caráter e respeito pelo próximo na vida pessoal e na vida pública”. Com isso, a candidata quer convencer os eleitores de que a “filha de um grande político será com certeza uma grande política” – como declarou um eleitor no Facebook e cujo o comentário o perfil da candidata tratou de reproduzir.

Além de fazer-se vista como a continuidade do trabalho parlamentar de seu pai, Maísa Mitidieri usa as redes sociais para celebrar publicamente suas alianças políticas. Com isso, ela demonstra fazer parte de um grupo político que se estende por todo estado. Grupo esse que ela chama de “amigos” que lhe proporcionam um “apoio fundamental” na “caminhada” rumo a deputança. Assim, dois são os tipos de alianças publicizadas por Maísa Mitidieri em suas redes sociais: as lideranças estaduais e as municipais.

As lideranças estaduais são objeto constante das publicações da então candidata Maísa Mitidieri. Junto com seu irmão, a candidata saiu em campanha com os candidatos de sua coligação no pleito majoritário: o governador reeleito Belivaldo Chagas (PSD), a vice-governadora eleita Eliane Aquino (PT), o ex-governador e candidato a senador Jackson Barreto (MDB), e o senador eleito Rogério Carvalho (PT). Esses seis candidatos são chamados por Maísa de “time 55”, em referência ao número da chapa majoritária de sua coligação. Ao lado deles, a candidata postou fotos de uma série de ações de campanha por todo estado, como carreatas, comícios, reuniões, etc. Dessa forma, fazendo-se vista ao lado do “time 55”, ela agregou a sua imagem a ideia da continuidade do grupo político que governa o estado.



Figura 6 - Maísa Mitidieri e a "equipe 55".



Fonte: @depmaisamitidieri

Além desses, a candidata publicou o apoio que recebia de uma série de lideranças políticas nos municípios do interior do estado. Nessas publicações ela aparece ao lado de prefeitos, ex-prefeitos, vereadores e lideranças do interior e reafirma seu “compromisso com a região” das quais eles são oriundos. Aqui, as publicações enfatizam a “importância do apoio” recebido pela sua candidatura dos “amigos” – adjetivo que frequentemente aparece junto aos nomes dessas pessoas. Ao contrário das fotos com as lideranças estaduais, em sua maioria feitas em espaços públicos e abertos, as fotos com essas lideranças são, em geral, em espaços mais “intimistas”: comitês de campanha, reuniões com cabos eleitorais, cafés da manhã e até festas de aniversário.

A celebração dessas alianças, nos municípios e no estado, é também uma forma de solidificar a ideia de continuação do “fazer política como meu pai sempre fez”. Os “amigos” que são “fundamentais” para candidatura de Maísa são os aliados de seu pai e de seu irmão. Com isso, Maísa chega na política ao lado de quem seu pai sempre esteve e expõe isso tanto para o eleitorado quanto para os próprios aliados. Dessa forma, Maísa Mitidieri aciona uma concepção do voto e da política em sua a dimensão coletiva. Como apontou Moacyr Palmeira (1991, 1992), o voto nem sempre é expressão da escolha individual e racional do eleitor, mas, muitas vezes, ele reflete uma adesão a uma facção ou grupo social. É a adesão ao grupo político de seu pai, a fidelidade que seus eleitores lhe deviam que Maísa reivindica para si com esse tipo de postagem.



Um terceiro tipo de uso das redes sociais apresentado pela candidata é a publicização de ações de campanha. Aqui incluem-se ações como carreatas, caminhadas, adesivos, comícios e “bate-papos” que tinham lugar tanto na capital quanto no interior. As redes foram usadas pela candidata tanto para divulgar e convocar sua militância para os atos quanto para registra-los e relatá-los para seu eleitorado.

Por fim, há alguns usos menos recorrentes, mas nem por isso menos significativos. Assim, a candidata também se utilizou das redes para aparecer ao lado de eleitores (exclusivamente idosos e crianças); registrar a presença em eventos religiosos da Igreja Católica (procissões e missas); e para apresentar pautas, ainda que de forma bastante genérica, como “saúde”, “inclusão”, “luta por Sergipe” e inserção feminina na política.

Maria Mendonça: “quem é de Itabaiana sabe e conhece bem”

“Quem é de Itabaiana sabe e conhece bem”, assim canta um jingle postado nas redes sociais de Maria Mendonça durante o período eleitoral de 2018. Política experiente, Maria Mendonça buscava, neste pleito, mais uma reeleição ao cargo de deputada estadual. Eleita, obteve sua sexta legislatura – a terceira consecutiva desde que retornou a ALESE em 2010, após ter sido prefeita de Itabaiana entre 2004 e 2008. Nascida em uma família de políticos itabaianenses, seu pai é o “líder político”¹² Francisco Teles de Mendonça, mais conhecido como Chico de Miguel, que fora também deputado estadual e vereador por Itabaiana. Seus irmãos também foram políticos: José Teles de Mendonça foi deputado federal por Sergipe e deputado estadual; Antônio Teles de Mendonça é ex-prefeito da “princesa da Serra”.

Itabaiana e seus municípios vizinhos são o palco da vida política da família Teles de Mendonça há bastante tempo. A história dessa família na política remonta a década de 1960, quando seu pai se candidata a deputado estadual em decorrência do assassinato de duas lideranças políticas itabaianense ligadas a antiga UDN, em 1963. Chico de Miguel, conforme declarou em uma entrevista, “era eleitor deles” e após o crime, a UDN itabaianense “estava morta, acabada, sem ninguém querer tomar a frente”. Assim, em 1966 Francisco Teles de Mendonça

¹² É assim que ele é descrito na biografia da deputada no site da ALESE, (ALESE, 2019b)



elege-se deputado estadual e, no decorrer das próximas décadas, se estabelece como uma liderança extremamente influente naquela região (SANTOS, 2002, p. 268). Foi lá que o Chico de Miguel fez seu nome e transmitiu seu legado a seus filhos.

Assim, é para essa região, o agreste sergipano, que Maria Mendonça direciona suas postagens nas redes sociais: ela usa as redes para reforçar sua imagem de representante do agreste na assembleia estadual. Isso se dá por meio de três tipos de publicações: a divulgação das realizações de seu mandato; a divulgação e registro de ações de campanha; e a publicização da religiosidade da candidata. Além disso, o culto a memória de seu pai também tem lugar nas redes sociais de deputada, ainda que pequeno em comparação aos outros tipos de usos das redes. É através dele que Maria Mendonça liga sua história de representante de Itabaiana a história do “trabalho” de sua família pela cidade e pela região. Seu pai irá ser apresentado como sua “base”, seu grande modelo de político, cujo o trabalho dela é apenas um prolongamento do dele. De seu pai, Maria Mendonça diz, em suas páginas, ter herdado não só o eleitorado, mas “o jeito de fazer política”.

O relato dos feitos de seus mandatos é uma das postagens mais recorrentes nas redes sociais de Maria Mendonça. A candidata usa suas redes para publicizar suas “iniciativas” e suas realizações. A primeira categoria refere-se as proposições da candidata em seus mandatos pretéritos, entre as quais se incluem projetos de leis, monções de apelo e indicações. A segunda, consiste naquilo que efetivamente “Maria (...) faz pelo povo”: obras de infraestrutura; repasse de recursos; pagamento de salário em dia (quando prefeita); centros médicos e programas de saúde; incentivos a “cultura, esporte e lazer” e demais “conquistas” que a deputada obteve para sua região – frequentemente referida como “nossa região”.

Encontra-se aqui muitos feitos ligados à dimensão simbólica, como o projeto de lei que tornou a “a festa do caminhoneiro, em Itabaiana, como Patrimônio Cultural e Imaterial do Estado de Sergipe”. O caminhão é um símbolo da cidade de Itabaiana, que recebe, dentre outras, a alcunha de “capital do caminhão”. A festa do caminhoneiro é um dos grandes eventos do calendário da cidade e a “cultura do caminhão” está fortemente ligada a identidade dos itabaianenses. Como pode-se perceber pelas proposições postadas por Maria Mendonça, a valorização dessa identidade regional é uma preocupação dos mandatos da candidata, afinal de contas



valorizar o local é uma forma de reforçar a construção daquilo que ela pretende representar: é preciso que haja uma forte ideia de Itabaiana e de agreste para que haja uma representante dessa Itabaiana e desse Agreste.

Figura 7 - Propositura dos mandatos de Maria Mendonça



Fonte: @mariamendonca.se

Mas, há também realizações palpáveis e de grande impacto social, como a implantação de um campus da Universidade Federal de Sergipe e outro do Instituto Federal de Sergipe em Itabaiana – “conquista” que visa comprovar, ao eleitorado, que Maria Mendonça luta pelo futuro da região agreste, incorporado no “jovem [que] tem voz e vez” junto aos seus mandatos.

A imensa maioria dessas ações estão relacionadas aos municípios do agreste sergipano em uma diversidade de aspectos: da cultura à infraestrutura, da saúde à educação. Realizações que servem para demonstrar o “compromisso” da deputada com a “nossa gente”, o “povo” de Itabaiana e municípios vizinhos, que são os beneficiários quase exclusivos de suas proposição e realizações e os destinatário da representação que ela via construir nas redes sociais – a despeito do mapa de Sergipe estampado no plano de fundo de seu santinho, das menções ao “povo sergipano” ou ao “povo” de forma genérica.

Tendo isso em mente, não é de se estranhar que todas as suas postagens relativas a ações de campanha tenham lugar nessa região. A deputada usa suas redes para comunicar os eventos de sua campanha ao seu eleitorado: convocando para carreatas e comícios, lembrando o evento quando de sua proximidade temporal, agendando “visitas” a bairro, povoados e feiras livres, que são feitas a pé



para que ela possa “olhar no olho” do eleitor – aliás, é nessa situação que Maria Mendonça é retratada nas fotos desse tipo de postagem (FIGURA 8).

Figura 8 - Maria Mendonça "olhando nos olhos" do eleitor.



Fonte: @mariamendonca.se

Faz-se notar, em especial, as “notas de esclarecimentos” publicadas por Maria Mendonça. Nelas, a deputada cancela visitas agendadas a alguma comunidade, justificando nas redes seus motivos. Tais cancelamentos ocorrem “em solidariedade” ou “em respeito” as necessidades das famílias moradoras da região, as quais a candidata prontamente atende (FIGURA 9). Na medida em que publiciza esses “contratempos” de campanha em suas redes sociais, a candidata os converte em uma oportunidade de expressar sua sensibilidade da em relação as necessidades das comunidades e dizer ao seu eleitorado que o bem-estar deles é mais importante que sua campanha.

Figura 9 - Nota de esclarecimento publicada por Maria Mendonça.



Fonte: @mariamendonca.se



As postagens relativas à presença da candidata em eventos religiosos têm lugar de destaque na construção de sua imagem de representante do agreste. No período eleitoral, Maria Mendonça publica diversas vezes sua participação em eventos da Igreja Católica, como missas de ação de graça, procissões e novenas. Nessas postagens não há alusões a campanha: são fotos nas quais a deputada aparece sem adesivos colados no peito e nem há referência a seu número na urna. Apenas fotos da candidata participando compenetrada das cerimônias religiosas, recebendo a hóstia na comunhão ou caminhando ao lado de “amigos” (lideranças locais e estaduais, prefeitos, senadores, vereadores) (FIGURA 10).

Figura 10 - Maria Mendonça participa de procissão.



Fonte: @mariamendonca.se

Contudo, estes eventos católicos estão, em sua maioria, relacionados a comemoração de santos padroeiros das diversas localidades que Maria Mendonça visita. Desse modo, prestar homenagem a esses santos é, também, uma maneira de reforçar os vínculos com as localidades através do culto de seus protetores e, assim, fazer-se vista como representante daqueles que ela pretende e diz representar. Além disso, na única postagem na qual a candidata relaciona sua religiosidade diretamente a sua atuação política, Maria Mendonça busca fazer dela uma fonte de sua legitimidade quando afirma que o “cuidar” do povo é uma “missão” dada por Deus “para sua vida”.



Kitty Lima: “ativista da causa animal”

É como “ativista da causa animal” que a hoje deputada estadual Kitty Lima descreve-se na *bio* de suas redes sociais. Foi devido ao “empenho” dedicado a essa causa que ela tomou o “caminho jamais imaginado” da política (ALESE, 2019c). Fundadora da ONG *Anjos*, Kitty Lima dedicava-se a “reabilitação de animais de rua” em Aracaju, tendo como foco os “casos graves” – leia-se, animais abandonados e gravemente doentes. Por conta desse engajamento em prol dos animais, em 2016 Kitty foi “convidada” pela REDE para disputar um assento na câmara dos vereadores de Aracaju, o qual conquistou com relevante número de votos. Em 2018, buscando aumentar a abrangência de seu “ativismo”, ela candidata-se ao cargo de deputada estadual.

Kitty Lima usa suas redes sociais para promover de sua atuação nessa causa. Através do Facebook e do Instagram, ela quer se fazer vista como representante dos defensores nos animais em Sergipe. Assim, sua representatividade é construída nas redes a partir de três tipos de postagens: as relativas a sua atuação na Câmara Municipal de Aracaju; as que se referem ao seu ativismo na causa animal; e as que expressam seus sentimentos pelos animais.

Suas atividades na Câmara Municipal de Aracaju são um dos assuntos mais frequentes nas redes sociais de Kitty Lima. Em sua primeira legislatura, tais postagens asseguram ao eleitorado que o “empenho” a causa animal se traduz agora em um mandato atuante. Para isso, são publicados os projetos de lei propostos pela vereadora e seus posicionamentos em relação a pautas específicas das questões animais e ambientais, comunicados na maioria das vezes através de vídeos que registram os pronunciamentos de Kitty Lima na tribuna da câmara municipal (FIGURA 11).



Figura 11 - Kitty Lima no plenário da CMA.



Fonte: @kittylima.official

É através dessas publicações que Kitty Lima constrói e reforça para si a imagem de parlamentar da causa animais. Nesse sentido, mesmo durante as eleições, a candidata continuou seu trabalho de vereadora paralelamente a sua campanha para deputada: levou a votação e aprovou um projeto de lei municipal que proíbe o uso de veículos de tração animal e regulamentava seu fim gradual (SIQUEIRA, 2018). Essa vitória é o corolário da campanha #aracajusemcarroças que Kitty Lima vinha encabeçando desde o início de sua vereança.

Figura 12 - Kitty Lima colhendo assinaturas para abaixo assinado.



Fonte: @kittylima.official

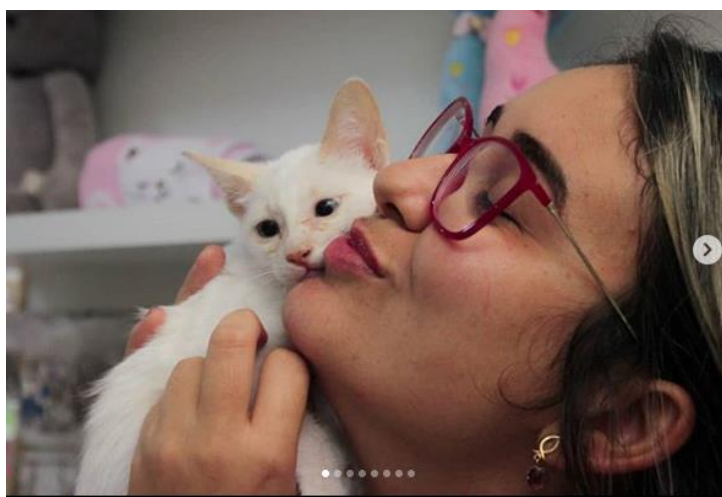
São recorrentes, ainda, nas redes sociais de Kitty Lima, postagens que tematizam suas atividades “práticas” de ativista: denúncias de maus tratos, “resgates” de animais feitos por sua ONG, atualizações sobre o estado de saúde dos bichos resgatados, organização de campanhas de doação para a causa e de abaixo-



assinados (FIGURA 12). Dessa forma, a candidata diz para seu eleitor que eleger-se vereadora não fez dela uma mera política de gabinete, limitada a defender os animais no conforto de uma sala com ar-condicionado, ou uma demagoga falando na tribuna da câmara municipal. Comprovando que o mandato não interrompeu suas atividades de ativista na ONG que ajudou a fundar, Kitty Lima estabelece uma continuidade entre sua atividade parlamentar e seu ativismo, apresentando-os para seus eleitores como faces da mesma moeda.

Finalmente, Kitty Lima usa as redes sociais para publicizar seu “amor” pelos animais. São postadas, nesse sentido, diversas fotos afetuosas da candidata com animais, principalmente abraçada com cães e gatos (FIGURA 13). Tais postagens visam “provar” as motivações “autênticas” e passionais do envolvimento com a “causa animal”. É nesse sentimento que ela fundamenta sua luta em defesa dos animais e que constitui a base de sua representatividade.

Figura 13- Kitty Lima demonstrando seu amor pelos animais.



Fonte: @kittylimaoicial

Tamanha é a importância de publicizar esse sentimento que é em referência a ele que a Kitty Lima, já deputada estadual, vai construir seu relato biográfico de presente no site da ALESE (2019c, grifos nossos). Lá, deputada conta que, desde a infância, era a “mais carinhosa com os animais” entre seus irmãos e “desde cedo demonstrava um cuidado especial com os animais”. Além disso, já com cinco anos de idade ela decidiu “*por vontade própria, (...) não consumir mais carne de qualquer espécie por se dizer contra a morte de animais para consumo* e, a partir daí, *começou a desenvolver consciência para a causa animal*”. Essa consciência para com os animais marca de tal modo a biografia de Kitty Lima que sua “família não



sabe contabilizar quantos gatos Kitty levou para dentro de casa, muitos deles resgatados das ruas em situação de abandono ou de maus tratos”.

Conclusão: fazendo-se visto como representante “nas ruas e nas redes sociais”

Os dados aqui analisados nos ajudam a compreender como as redes sociais dos deputados eleitos foram mobilizadas, durante o período eleitoral. A partir deles, podemos perceber que as mídias sociais foram mobilizadas na elaboração um vínculo de identidade e pertencimento entre a candidato e o eleitor, entre representante e representado. Nesse sentido, retomando o argumento central deste artigo, percebe-se como os candidatos buscaram, através de suas redes sociais, fazerem-se visto como representantes daqueles que eles dizem e almejam representar.

Como demonstra Kuschmir (1999, p. 19-28), e como corroboram os dados aqui examinados, tal vínculo identitário, pode ter diversas fontes. Pode fundamentar-se no compartilhamento de uma “luta” comum entre o candidato e o eleitor, como é o caso de Iran Barbosa e “os trabalhadores”, “excluídos” e “oprimidos”; ou como o de Kitty Lima e outros “ativistas da causa animal”. Pode, igualmente, fundar-se no pertencimento a um espaço social e geográfico comum, a partir do qual se estabelece um vínculo “via experiência de vida comum”, como ocorre com Maria Mendonça – que conhece e é conhecida por Itabaiana e região, que sabe dos “nossos” problemas e “trabalha” para atender “nossas necessidades”. Finalmente, à luz dos casos aqui considerados, é possível estabelecer essa ligação através do “empréstimo” da notoriedade de um familiar político famoso, que atua na esfera nacional de representação ou que está se aposentando. A notoriedade herdada cria um vínculo entre o candidato e o eleitorado de seu “padrinho” – é o que ocorre com Máisa Mitidieri.

De todo modo, a tarefa de construir um vínculo desse tipo para se eleger não é uma necessidade que se impõe a atividade política com o advento da Internet e das redes sociais. Kuschmir (1999), analisando os vereadores do Rio de Janeiro nos anos 1990, indica como a construção da representatividade é peça central no acesso esse cargo. No seu trabalho, ela atesta inclusive uma correlação entre o tipo de representação construída pelo candidato e a distribuição dos votos que ele



obteve pelas sessões eleitorais da cidade. Por exemplo, os “candidatos de bairro”, que tem seus votos concentrados em sessões situadas em bairros da zona norte; os “ideológicos”, que vão concentrar seus votos nos bairros da zona sul; e os candidatos que representam “causas”, que vão encontrar eleitores espalhados pela cidade.

Essa necessidade que um candidato a algum cargo eletivo tem de gerir sua imagem pública é amplamente discutida pelos estudos sobre comunicação e política, como observam Miguel e Biroli (2010). Na medida em que os meios de comunicação se tornam um importante instrumento de contato entre a classe política e o “cidadão comum”, os políticos tem de se adaptar aos meios de comunicação que tem maior adesão entre a população. Todavia, como nossos dados evidenciam, essa adaptação não se dá por uma “tirania dos meios”, mas reflete muito mais um processo de amálgama entre novas formas e conteúdos preexistentes – que nesse caso se referem às trajetórias políticas nos candidatos e suas práticas eleitorais.

Quanto a isso, as evidências indiciam que, no que se refere as práticas eleitorais, não existe uma ruptura necessária entre a campanha online e a campanha offline. Quando o deputado Iran Barbosa declara que sua campanha vai se desenrolar “nas ruas e nas redes sociais”, ele diz algo que vale para todos os candidatos aqui considerados. As campanhas desses indivíduos ocorreram de modo articulado entre “as ruas” e “as rede”, com a integração de atividades do mundo físico (carreatas, adesivações, comícios, reuniões) e do mundo digital (postagens, lives, twittaços): as chamadas para eventos de campanha e seu posterior registro nas redes; os santinhos que circulam também em suporte digital; os programas eleitorais e entrevistas no rádio e na TV que são reproduzidos na íntegra ou em partes nas redes. Tudo isso leva a crer que a entrada da Internet na política não produz, necessariamente, o surgimento um novo formato de campanha. Mas, que a Internet e as redes socais digitais são integradas às “velhas” estratégias “analógicas” de obtenção de votos.

Vê-se, então, que a esfera política é capaz de reproduzir-se nas redes sociais. Por um lado, levando para o domínio digital as assimetrias offline existente entre os atores (BARBOSA, 2019). Por outro, como mostrou os dados aqui analisados, reproduzindo e amalgamando, no uso das redes sociais, as práticas eleitorais constituídas fora da Internet.



Esse “peso” do mundo político, certamente, faz sentir-se no uso das redes pelos candidatos mais vinculados a política “pré” redes sociais. Como é o caso de Iran Barbosa e Maria Mendonça, os quais foram socializados nas práticas offline do fazer político. Também seria o caso de Maísa Mitidieri, que “herda” todo um conjunto de alianças, recursos, notabilidade e práticas de sua família – esta, se constitui no “elo” entre Maísa e a política “pré” redes sociais. Mas o que dizer de Kitty Lima, que se insere na política profissional já em um tempo que as redes sociais já estavam disseminadas e possuíam largo uso político? Não deveria ela usar as redes sociais de modo diverso de seus pares?

Se há um tipo de candidato que poderia apresentar algum tipo de transformação nessa ordem de atividade, certamente são candidatos como ela. Kitty Lima não possui trajetória de militância partidária, nem padrinho político. Surgida como outsider do universo da representação, ela tornou-se candidata em decorrência, como exposto, de sua atuação em uma ONG de resgate de animais. A divulgação desse trabalho nas redes sociais certamente deu a ela a visibilidade necessária para ser convertida em um cargo, sua vereança por Aracaju.

Mas aqui também o “campo político” expressa sua coercitividade e o peso de sua autonomização em relação aos demais espaços sociais (BOURDIEU, 1989, 2011). Se por um lado a Internet e as redes sociais refletem uma clara transformação nas maneiras de se comunicar das sociedades contemporâneas, as regras do jogo político resistem em mudar. Eleger-se para um cargo ainda passa por construir uma representação em relação a um eleitorado, conseguir seus votos e depois continuar reforçando essa relação de representação. As redes sociais, e a Internet de modo geral, são integradas à política dentro dessa lógica.

Para se candidatar Kitty Lima precisou filiar-se a um partido. Para que pudesse ser eleita, este partido deveria ser capaz de obter votos suficientes para atingir o coeficiente eleitoral. Nesse sentido, a REDE é um partido grande o suficiente para atingir esse coeficiente sem a necessidade de compor coligações. Ainda que através das redes sociais, ela precisou, transformar sua visibilidade adquirida com o trabalho em prol dos animais em uma justificativa para sua candidatura e, dessa maneira, ser vista por uma parcela do eleitorado como uma representante digna de voto. Mesmo sendo, inicialmente, uma outsider, Kitty Lima precisou jogar o jogo pelas regras já existentes de modo que, a despeito de sua



inserção, hoje ela é uma jogadora profissional que usa suas redes sociais a partir das demandas dessa atividade.

Referências bibliográficas

ALESE – ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SERGIPE. Balanço das atividades: Luiz Mitidieri. **Portal ALESE**, 07 de janeiro de 2019a. Disponível em: <https://al.se.leg.br/balanco-das-atividades-luiz-mitidieri/> Acesso em 15 de abril de 2019.

ALESE – ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SERGIPE. Deputados: Maria Mendonça. **Portal ALESE**, janeiro de 2019b. Disponível em: <https://al.se.leg.br/deputado/maria-mendonca/> Acesso em 15 de abril de 2019.

ALESE – ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SERGIPE. Deputados: Kitty Lima. **Portal ALESE**, janeiro de 2019c. Disponível em: <https://al.se.leg.br/deputado/kitty-lima/> Acesso em 15 de abril de 2019.

BARBOSA, S. V. S. **Internet, política e representação**: o uso de redes sociais por candidatos a deputado estadual em Sergipe (2018). Dissertação (Mestrado em Sociologia), PPPGS/UFS. São Cristóvão, SE, 2019. 104p.

BOURDIEU, Pierre. A representação política: elementos para a teoria do campo político. **O poder simbólico**. Lisboa/ Rio de Janeiro: DIFEL/ Bertrand Brasil, 1989. pp. 163-208.
_____, Pierre. O campo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 5, 2011, p. 193-216.

CORADINI, Odaci Luiz. **Em nome de quem?** Recursos sociais no recrutamento de elites políticas. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

GOMES, Wilson (2005). Internet e participação política em sociedades democráticas. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 27, 2005a.

_____. (2005b). A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. **Revista Fronteiras - estudos midiáticos**, v. 7, n. 3, 2005b.

_____. 20 anos de política, estado e democracia digitais: uma cartografia do campo. In: SILVA, S. P.; BRAGATTO, R. C.; SAMPAIO, R. C. (Orgs.). **Democracia digital, comunicação política e redes: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Letra & Imagem, 2016. p. 25-45.

MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. Comunicação e política: um campo de estudos e seus desdobramentos no Brasil. In: MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. (Orgs.). **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: Hucitec, 2010, p. 7-24

KUSCHNIR, Karina. **Eleições e representação no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999.

PALMEIRA, Moacyr. Política, Facção e Compromisso: alguns significados do voto. **Encontro de Ciências Sociais do Nordeste**, Salvador, CRH/Finep/CNPq/ANPOCS, v.1, 1991, p. 111-130.



_____. Voto: racionalidade ou significado. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n 20, 1992, p. 26-30.

SAMPAIO, Rafael C.; BRAGATTO, Rachell C.; & NICOLÁS, Maria A. A construção do campo de internet e política: análise dos artigos brasileiros apresentados entre 2000 e 2014. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 21, 2016, pp 285-320.

SAMPAIO, Rafael C. et al . Ciberpolítica, ciberativismo e cibercultura: uma análise dos papers apresentados no grupo de trabalho da Anpocs. **BIB**, São Paulo, n. 85, 2028, pp. 126-147.

SANTOS, Osmário. **Memórias de políticos sergipanos do séc. XX**. Aracaju: Gráfica J. Andrade, 2002.